

Економіка інноваційної діяльності підприємств*Економіка підприємства*

УДК 338.48

ОСНОВНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Студ. Д.О. Царенок, МгМБК-1-18

Науковий керівник д.е.н., професор М.П.Денисенко
Київський національний університет технологій та дизайну

Мета та завдання. Мета роботи – обґрунтування основних напрямів підвищення прибутковості підприємства та доцільність їх використання в умовах сучасної змішаної економіки.

Завдання: визначити роль прибутковості у діяльності підприємств; розглянути шляхи підвищення прибутковості; розробити пропозиції щодо виявлення резервів підвищення прибутковості.

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єктом дослідження є процес формування та використання прибутку підприємства.

Предмет дослідження – сукупність теоретичних та практичних заходів підвищення прибутковості підприємства.

Результати дослідження. Прибуток є однією з найбільш поширених категорій економічної науки. Економічна діяльність будь-якої підприємницької структури спрямована на отримання прибутку та його максимізацію. Прибуток є основним джерелом фінансування такої діяльності, відтак, йому належить головна роль в забезпеченні стійкого розвитку підприємства.

Поняття прибутку є дискусійною категорією. Дослідження його економічної сутності бере початок ще з XVII ст. і продовжується до сьогодні. Дослідженням економічної сутності прибутку та порядку його формування в різні часи займалися К. Маркс, Д. Рікардо, П. Самуельсон, А. Сміт, Й. Шумпетер, Е. Чемберлен, Дж. Хікс.[1]

В умовах ринку прибуток є джерелом усіх фінансових ресурсів підприємства, а його величина характеризує фінансові результати роботи підприємства. Прибуток є основним фінансовим джерелом розвитку підприємства, науково-технічного удосконалення його матеріальної бази і продукції, усіх форм інвестування. Він слугує джерелом сплати податків. Враховуючи значення прибутку, вся діяльність підприємства спрямована на його зростання.

Прибуток відображає результати діяльності підприємства і зазнає впливу багатьох чинників. На формування прибутку впливають: сфера діяльності підприємства; галузева приналежність; форма власності; конкурентне середовище; фінансово-господарська діяльність підприємства; облік фінансових результатів.

Як відомо, прибуток від продажів — це різниця між виручкою від продажу і повною собівартістю продукції, робіт, послуг. Таким чином, існують два шляхи впливу (збільшення, зменшення) прибутку підприємства:

- перший шлях — зниження собівартості;
- другий шлях — збільшення виручки, тобто обсягу продажів.

Слід зазначити, що зниження витрат для підприємства — об'єктивний процес. При цьому не тільки через збільшення прибутку, але і в зв'язку з конкурентною боротьбою і необхідністю зниження цін на продукцію, що випускається в певних ситуаціях. У цих випадках з метою скорочення або збільшення прибутку необхідно своєчасно переходити на випуск нової продукції.[2]

Основні чинники, що впливають на зниження витрат підприємства:

- чинники-вимоги менеджменту (досягнення відповідного рівня продуктивності праці, оптимізація змінних витрат підприємства, оптимізація постійних витрат, оптимізація структури капіталу підприємства, власних і позикових коштів, впровадження управлінського обліку, вдосконалення бюджетування, оптимізація витрат на постачання);
- чинники, пов'язані з можливими резервами (зниження рівня запасів, усунення всіляких втрат і непродуктивних витрат).

Основні чинники збільшення обсягу продажів і виручки:



- чинники-вимоги менеджменту (гнучке виробництво, що дозволяє постійне збільшення його обсягу, своєчасне оновлення продукції, розширення асортименту, оптимізація цін і ціноутворення, забезпечення вищої якості продукції, робіт, послуг);

- чинники, пов'язані з можливими резервами (завоювання і освоєння нових ринків, розширення дилерської мережі, ефективна діяльність підприємства з реалізації продукції).

Мета управління прибутком підприємства – оптимізація планування величини прибутку, отримання, як мінімум, запланованого його обсягу. На реалізацію цієї мети спрямована вся діяльність підприємства. Частина цієї діяльності сфокусована на реалізації іншої, не менш важливої мети — забезпечення ліквідності і платоспроможності підприємства.

Прибуткова політика полягає в аналізі фактичних фінансових результатів:

- взаємозв'язок доходів і витрат підприємства та його прибутку,
- фінансовий аналіз виручки, прибутку і рентабельності видів прибутку - від продажів, балансової, оподаткованої, чистої;
- аналіз та оптимізація витрат підприємства в процесі розробки собівартості, у тому числі собівартості проданих товарів, комерційних та управлінських витрат;
- маржинальний аналіз і оцінка маржинальних показників;
- аналіз структури капіталу і пов'язаного з нею фінансового важеля, його вплив на рентабельність власних коштів за формулою Дюпона;

Розробка та обґрунтування бізнес-плану (фінансового плану), фінансових бюджетів підприємства, у тому числі прогнозного звіту про прибутки та збитки на підставі результатів аналізу та інших економічних розрахунків також є вельми важливим кроком до підвищення прибутковості підприємства.[3,4,5].

Висновки: Отже, для підвищення прибутковості підприємства, керівництву потрібно найбільш повноцінно використовувати всі ресурси, що знаходяться в його розпорядженні. Збільшення випуску знижує витрати на одиницю продукції. Результатом цього є зниження собівартості, що в остаточному підсумку веде до збільшення прибутку від реалізації продукції. Додаткове виробництво рентабельної продукції також веде до значного зростання прибутковості підприємства.

Ключові слова: прибуток, собівартість, економічна сутність, витрати, виручка, фінансовий стан.

ЛІТЕРАТУРА

1. Висока О.Є. Економічна сутність прибутку та концепції його формування/О.Є. Висока/Наукові праці КНТУ. Економічні науки, 2010
2. Гальчинський А.С. Економічна теорія : підручник / А.С. Гальчинський, П.С. Єщенко, Ю.І. Палкін. - Вища школа, 2007. - 503 с.
3. Основи економічної теорії: Підручник / А.А. Чухно, П.С. Єщенко, Г.Н. Климко та ін.; За ред. А.А. Чухна. — К.: Вища шк., 2001. — 606 с.
4. Mykola Denysenko, Alona Melnyk, Zorina Shatskaya, Olena Budiakova International regulatory experience business activity // M. Denysenko, A. Melnyk, Z. Shatskaya, O. Budiakova. – Research and Innovation: Collection of scientific articles. – Yunona Publishing, New York, USA. – 2019. – 200 p. – p. 55-58.
5. Денисенко М.П. Кадрова політика як основа формування інноваційної стратегії управління персоналом підприємств / М.П. Денисенко, О.Ю. Будякова // Вчені записки Університету "КРОК" (економічні науки). – № 4(52). – 2018. – С. 231-238.